



⑯ BUNDESREPUBLIK  
DEUTSCHLAND



DEUTSCHES  
PATENTAMT

⑯ Offenlegungsschrift  
⑯ DE 40 06 781 A 1

⑯ Int. Cl. 5:  
G 09 F 21/00

⑯ Aktenzeichen: P 40 06 781.5  
⑯ Anmeldetag: 3. 3. 90  
⑯ Offenlegungstag: 5. 9. 91

DE 40 06 781 A 1

⑯ Anmelder:  
Brozio, Gerard, 4993 Rahden, DE; Seiler, Hermann,  
4937 Lage, DE

⑯ Erfinder:  
gleich Anmelder

⑯ Werbegerät für Schaufenster und andere Räume

⑯ Ein sich mit dem Passanten mitbewegendes Werbegerät, das die Aufmerksamkeit des Passanten auf das Werbeobjekt um ein Mehrfaches verlängert und dadurch die Werbeeffektivität wesentlich verstärkt, so daß der Passant zum Betrachter wird.

Das Werbegerät ist so konstruiert, daß es den sich z. B. vor dem Schaufenster befindenden Passanten anvisiert und seinen Bewegungen folgt, so daß es automatisch zur längeren Betrachtung des sich auf dem Drehsteller befindenden Werbeobjektes durch den Passanten kommt.

Durch weitere Ausgestaltung des Werbegerätes wird der Passant durch einen Tonträger angesprochen und auf die sich im Laden befindenden weiteren Angebote aufmerksam gemacht, usw.

DE 40 06 781 A 1

## Beschreibung

## Beschreibung der Ausführungsbeispiele

Die Erfindung betrifft ein Werbegerät z. B. für Schau-  
fenster nach dem Oberbegriff des Anspruchs 1.

Weitere Beschreibung erfolgt in den Ausführungsbei-  
spielen.

## Stand der Technik

Es ist bekannt, daß verschiedene Werbegeräte für 10 Werbezwecke eingesetzt werden.

Diese Werbegeräte führen immer die gleichen wie-  
derkehrenden monotonen Bewegungen aus und zwar  
unabhängig davon, ob sich ein Passant vor dem Schau-  
fenster befindet oder nicht.

## Kritik des Standes der Technik

Alle bekannten Werbegeräte führen monotone, sich  
ständig wiederholende Bewegungen durch, was dazu  
führt, daß der Passant ihnen schon nach wenigen Au-  
genblicken keine große Aufmerksamkeit mehr schenkt.

Es ist nichts Besonderes mehr, wenn ein Klappmesser  
ständig auf- und zugeht oder eine Laufschrift sich per-  
manent wiederholt oder ein Lämpchen an- und ausgeht.

## Aufgabe

Der Erfindung liegt die Aufgabe zugrunde; ein Wer-  
begerät so zu konstruieren, daß die Aufmerksamkeit  
und damit die Einwirkszeit des sich vor dem Gerät be-  
findenden Betrachters auf das Werbeobjekt, durch die  
gesteuerte Aktivität des Gerätes, wesentlich verlängert  
wird.

## Lösung

Diese Aufgabe wird erfindungsgemäß dadurch gelöst,  
daß das Werbegerät sich auf den zum Beispiel vor dem  
Schaufenster stehenden Passanten automatisch ausrich-  
tet und seinem jeweiligen Standort durch radiale oder/  
und horizontale Eigenbewegungen folgt und somit ihn  
persönlich anspricht.

Durch das automatische Einschalten eines Ventila-  
tors, Tonträgers oder/und Lichtes, wird die Aufmerk-  
samkeit des Passanten nochmals gesteigert.

Der Eindruck des persönlichen Angesprochenwer-  
dens und die gezielten Bewegungen des Werbeobjektes  
steigern sicherlich die Aufmerksamkeit des Passanten  
und verlängern dadurch die Verweildauer, womit die  
Aufgabe der vorliegenden Erfindung gelöst ist.

## Weitere Ausgestaltung der Erfindung

Eine weitere Ausgestaltung der vorliegenden Erfin-  
dung ergibt sich aus den Unteransprüchen 2 bis 10 der  
o. g. Ansprüche.

## Erzielbare Vorteile

Dadurch, daß der Passant nicht monoton angespro-  
chen wird, sondern gegenteilig, schenkt er dem Werbe-  
objekt größere Aufmerksamkeit.

Größere Aufmerksamkeit führt hier zum Erkennen,  
bzw. längeren Betrachten des Werbeobjektes, was wie-  
derum sich verkaufsfördernd auswirken wird.

5 Das Werbegerät besteht aus einem Drehsteller, der  
mittels von elektrischen Motoren in gezielte Bewegun-  
gen versetzt wird. Vor oder hinter der Schaufenster-  
scheibe befinden sich Sensoren wie z. B. spezielle Bewe-  
gungsmelder, die die/den Passanten erfassen.

Sobald sie die/den Passanten erfaßt haben, leiten sie  
die Signale an das Steuergerät weiter, welches sie aus-  
wertet und daraufhin die elektrischen Motoren in ge-  
zielte Bewegungen versetzt, so daß sich das auf dem  
Drehsteller befindende Werbeobjekt dem/den Passan-  
ten zuwendet.

Bleibt der Passant stehen, so bleibt auch das Werbe-  
objekt stehen. Bewegt sich der Passant, so bewegt sich  
auch das Werbeobjekt in Richtung seines neuen Stand-  
ortes in einem entsprechendem Bewegungsablauf.

20

25 Hier kommt zusätzlich zum Beispiel 1 noch die hori-  
zontale Bewegung des Werbeobjektes.  
Der Drehsteller ist mit der Laufschiene verbunden.

Kommt der Passant auf die Sensoren zu, so steuert  
das Steuergerät das Werbeobjekt auf die Position des  
30 Passanten zu. Bleibt der Passant nicht stehen, so geht  
das Werbeobjekt mit dem Passanten den durch die Län-  
ge der Laufschiene begrenzten Weg, mit.

Verläßt der Passant den Sensorenbereich, so kehrt  
das Werbeobjekt in die Ausgangsposition zurück.

35

## 3. Beispiel

Erklärung des Werbegerätes, aufgestellt in einem  
Schaufenster

Fig. 1 zeigt: Ein Schaufenster ausgestattet mit dem  
Werbegerät.

Ziffer 1 zeigt den Passanten,  
Ziffer 2 zeigt eine auf dem Werbegerät aufgestellte  
Schaufensterpuppe,  
Ziffer 3 zeigt den Sensor o. ä., der den Passanten erfaßt  
und das entsprechende Signal an das Steuergerät wei-  
terleitet und somit das Werbegerät in Aktivität setzt,  
Ziffer 4 zeigt den Drehsteller,  
Ziffer 5 zeigt die Laufschiene.

Durch Pfeile in der Zeichnung sind die jeweiligen  
radialen und horizontalen Bewegungsabläufe angedeu-  
tet.

Das Steuergerät für das Werbegerät ist in die Zeich-  
nung nicht eingezzeichnet.

## Patentansprüche

1. Werbegerät, dadurch gekennzeichnet, daß es  
optisch, akustisch, durch Wärmesensoren und/oder  
Bewegungsmelder, durch Licht- oder Laserstrahl  
Personen anisiert und die anisierte Person durch  
eine elektrische, elektromotorische oder ähnliche  
Dreh- oder Fahrbewegung oder eine kombinierte  
Dreh- oder Fahrbewegung ansteuert und mit der  
vorbeigehenden Person mitdreht oder mitfährt, so  
daß es eine längere Beobachtungszeit der Perso-  
nen, auf die es angesteuert einwirkt, für sich er-

reicht.

2. Werbegerät nach Anspruch 1, dadurch gekennzeichnet, daß der jeweilige Standort des Passanten durch radiale Dreh- und horizontale Mitgehbewegungen des Werbegerätes anvisiert wird. 5
3. Werbegerät nach Ansprüchen 1 und 2, dadurch gekennzeichnet, daß das Werbegerät immer dann automatisch in Aktion tritt, wenn sich ein Passant oder mehrere dem Gerät nähern.
4. Werbegerät nach Ansprüchen 1 bis 3, dadurch 10 gekennzeichnet, daß das Werbegerät unabhängig von vorbeigehenden Passanten in Aktion gesetzt wird und nach vorgegebenem Programm entsprechende Bewegungen ausführt.
5. Werbegerät nach Ansprüchen 1 bis 4, dadurch 15 gekennzeichnet, daß das Werbegerät beispielsweise durch außen- oder innenliegende Sensoren aktiviert wird.
6. Werbegerät nach Ansprüchen 1 bis 5, dadurch gekennzeichnet, daß das Gerät bei Aktivität einen 20 Ventilator automatisch einschaltet.
7. Werbegerät nach Ansprüchen 1 bis 6, dadurch gekennzeichnet, daß das Werbegerät bei Aktivität automatisch einen Tonträger einschaltet.
8. Werbegerät nach Ansprüchen 1 bis 7, dadurch 25 gekennzeichnet, daß das Werbegerät bei Aktivität einen Ventilator und einen Tonträger automatisch einschaltet.
9. Werbegerät nach Ansprüchen 1 bis 8, dadurch gekennzeichnet, daß das Werbegerät bei Aktivität 30 eine spezielle Beleuchtung automatisch einschaltet.
10. Werbegerät nach Ansprüchen 1 bis 9, dadurch gekennzeichnet, daß das Werbegerät werbeobjekt-spezifische Merkmale wie Größe, Anordnung oder Komplexität vorweist. 35

---

**Hierzu 1 Seite(n) Zeichnungen**

REST AVAILABLE COPY

